

إدارة المؤتمر

الرئيس الشرفي للمؤتمر	أ.د/ مختار مزرق رئيس جامعة الجزائر 3
الهيئة الثورية للمؤتمر	أ.د ملكة عطوي عميدة الكلية أ.د عصام صفوان حسيبي رئيس المجلس العلمي
رئيس المؤتمر	أ.د كريم بلقاسي
رئيس (ة) اللجنة العلمية	د. فطومة بن مكي
رئيس اللجنة التنظيمية	د. كريم دراجي

الهيئة العلمية للمؤتمر

الاسم واللقب	الجامعة	الاسم واللقب	الجامعة
أ.د جمال بوصفي	جامعة الجزائر 3	د. عبد الرحمن صالح	جامعة ورقلة
أ.د بلقاسم بن روان	جامعة الجزائر 3	د. عبد الحق شكالي	جامعة سعيدة
أ.د عبد القادر شعاعلي	جامعة الجزائر 3	أ.د جمال بن زروق	جامعة مسكندة
أ.د فائزة يخالف	جامعة الجزائر 3	أ.د عيسى مراح	جامعة بجاية
أ.د نورة شلووش	جامعة الجزائر 3	أ.د عبد الغني بوزيلان	جامعة تيسة
أ.د رشيدة سيني	جامعة الجزائر 3	د. مريم تويهان تومار	جامعة باتنة 1
د. لامية طلالة	جامعة الجزائر 3	د. نبيل شايوب	جامعة المدية
د. سمير عرجون	المدسة الوطنية للطباعة والنشر	د. ملكة بوجخري	المدسة الوطنية للطباعة والنشر
د. جميلة أوثن	جامعة البويرة	د. مختار جولي	جامعة تيارت
د. نسيمة مقل	جامعة الجزائر 3	د. نسيمة لوتيس	جامعة الجزائر 3
د. كريمة بنان	جامعة الجزائر 3	د. كريمة بركون	جامعة بجاية
أ.د رضوان بلخيري	جامعة تيسة	د. عزو زنش	المركز الجامعي بولاية
أ.د شفيق اكرافان	جامعة تيزي وزو	د. نور الدين حعمار	جامعة برج بوعريش
أ.د نضر عبد الله اللاني	جامعة مستغانم	أ.د إليامين بوهان	جامعة سطيف
د. عاتقة نواراي	جامعة البويرة	د. نجيب بخوش	جامعة بسكرة

أعضاء اللجنة العلمية من خارج الوطن

الاسم واللقب	الجامعة	الاسم واللقب	الجامعة
أ.د مي العيد الله	الجامعة اللبنانية	أ.د فانسو نمير	جامعة كوت دازور فرنسا
أ.د هيثم قطب	الجامعة اللبنانية	د. وليد الزغبي	جامعة بورنو فرنسا
د. منصور عبد القادر منصور	جامعة الأقصى غزة	أ.د محمد عاصم محمد علي	جامعة الموصل العراق
د. سامر عرفاوي	جامعة الزيمورك ر.م الله	أ.د هادي القرمازي	جامعة مصرية تونس
أ.د خزيم الخزام الخالدي	جامعة الأردن	أ.د رابع الصالح	جامعة قطر
أ.د فريد المسوي	جامعة باريس 8 فرنسا	أ.د الان كينو	جامعة بورنو مونتانا فرنسا

أعضاء اللجنة التنظيمية

الاسم واللقب	الجامعة	الاسم واللقب	الجامعة
د. أمال بزين	د. محمد أحمد طيب	أ. سهام صالح	د. مريم برفوك
د. فوزية عكاك	د. عبد الوهاب داودي	ط.د نسرين زبادة	ط.د فلة قيوم
أ. سناء رواجية	د. بشرى مداسي	ط.د شبيخة مريم براهمي	ط.د خالد لارة

شروط تقديم أبحاث المؤتمر

- أن يكون البحث أصيلا ومحرر ما لمنهجية البحث العلمي
- المتعارف عليها (التوثيق بنظام APA للتهميش والمراجع)
- التقيد بقالب المؤتمر المرفق بالدخول عبر التثيرة (كود QR):
- الالتزام بالقالب شرط لقبول المناخلة للتحكيم
- المناخلات المقبولة يتم نشرها وفق شروط وكيفيات مسندتها لاحقا، في إطار هذا النشر، سيكون للمزلة الراغبين إمكانية تحسين نصوصهم حتى بعد انتهاء فعاليات المؤتمر (وقبل الإيحاء لدى الناشر)
- تقبل الأبحاث باللغات الثلاث: العربية والانجليزية والفرنسية

مواعد مهمة

آخر أجل لإرسال المناخلات

يوم 30 جوان/جوان 2022

الرد على المناخلات المقبولة

يوم 15 جويلية/تموز 2022

تاريخ انعقاد المؤتمر

14-13 سبتمبر/أيلول 2022

التواصل والاستفسار

من أجل تحميل قالب المؤتمر يرجى مسح الباركود



(+213) 550 663 618



colloquescsmd@gmail.com

جامعة الجزائر 3 ابراهيم سلطان شيبوط

كلية علوم الاعلام والاتصال

قسم علوم الاتصال



فرقة البحث PRFU

الاتصال والتسويق الرقمي للجماعات المحلية في الجزائر
التعاون مع

مخبر التشريعات الإعلامية وأخلاقيات المهنة في الجزائر جامعة
الجزائر 3



فرقة بحث PRFU

الاتصال الصحي والمسؤولية الاجتماعية في الجزائر جامعة البويرة
محنأ أكلبي ولحاج



تنظم المؤتمر الدولي الأول بعنوان:

الاتصال وتسويق المرافق العمومية

فرص وتحديات الرقمنة

يومي: 2022-14-13

تقنية: التحاضر عن بعد

دبياجة المؤتمر

المرفق العام هو وسيلة في يد الدولة لتنفيذ الخدمة العمومية، هدفه الأساسي تحقيق المنفعة العامة، فللمرفق العام علاقة مباشرة بالمواطنين؛ وقد كان محور القانون الإداري والدولة بصفة عامة، حتى أن مدرسة المرفق العام في فرنسا عرّفت الدولة بمثابة جسم خلاياه المرافق العامة.

تنقسم المرافق العامة من حيث نشاطها إلى ثلاثة أنواع أساسية: المرافق العامة الاقتصادية (كمرفق النقل والمواصلات، مرفق توزيع المياه والغاز، ومرفق البريد...)، المرافق المهنية والنقابية (المتعلقة بالمهن الحرة، النقابات...) وأخيرا المرافق العامة الإدارية (مرفق الأمن والدفاع، الثقافة، الصحة، العدالة...) وهي جميعها تشهد، على غرار المؤسسات والمنظمات المختلفة في دول العالم بأسره، مسار تحول رقمي للخدمات التي تقدمها بنسب متباينة.

لقد أدت الثورة الرقمية منذ بداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرين إلى تغيير الحياة اليومية للمواطنين بشكل تدريجي، فأصبح كل شيء أبسط وأسرع في معظم القطاعات، مما أفرز توقعات جديدة للمواطنين؛ ولم يشكل القطاع العام استثناء عن القاعدة حيث أصبح المواطن-المستهلك الشديد الاتصال بالشبكة يطالب، وبشكل متزايد، بالخدمات العامة الرقمية في إطار تجربة مبتكرة مثل تلك التي تقدمها العلامات التجارية الخاصة.

في هذا السياق، شهد العالم في ظل المد الرقمي نشأة ما يسمى بـ "عصر الزبون أو العميل" (Age of the customer)، ويتمثل التحدي الذي يواجهه المرافق العامة من جميع الأنواع في فهم التوقعات الجديدة لهذا الأخير من جهة، ومن جهة ثانية تكيف استراتيجياتها من أجل تقديم أفضل خدمة لهذا المواطن الزبون/ المستخدم عبر الوسيط الرقمي من خلال تجربة بسيطة وسلسة وشخصية تولد مناخاً من الثقة.

وعليه، تركز مشاريع التحول الرئيسية للمرافق العمومية-الإدارية على وجه التحديد- على الرغبة في تفعيل اتصالها بالمواطن بجعل "عروضها" أي الخدمات التي تقدمها- أكثر حداثة وتفاعلية ويمكن الوصول إليها، وكذا أكثر تركيزاً على "الطلب الرقمي" الذي يعبر عن احتياجات المواطنين؛ فالتحدي المتمثل في هذا التحول واضح: تحقيق الانتقال إلى خدمة عامة ذكية ورقمية ومتكاملة مع توفير تجربة سلسة وبسيطة للمستخدمين وتعزيز رابطة الثقة بين المواطنين والمرافق العمومية الإدارية؛ ولن يتسنى ذلك إلا بتبني استراتيجيات ومقاربات حديثة تمازج بين الفكر التسويقي وخصوصية الفضاء الرقمي عبر التسويق الرقمي للخدمة العمومية؛ هذا الميكانيزم الذي يشير إلى إنشاء المرافق العامة الإدارية لمحتويات ذات صلة بخدماتها وتوزيعها من خلال قنوات الوسائط الرقمية (مواقع الويب والصفحات الرئيسية والشبكات الاجتماعية ورسائل البريد الإلكتروني وتطبيقات الهاتف المحمول) والترويج لهذه المحتويات باستخدام استراتيجيات مختلفة، بحيث يحتل المواطن الرقمي صدارة الاهتمام، وكل ذلك سعياً منها لتحقيق أقصى درجات الفعالية الاتصالية، وهذا تحدياً ما سيركز عليه هذا المؤتمر الدولي، فكيف يؤدي التحول الرقمي للمرافق العمومية إلى تفعيل اتصالها وتقريبها من المواطن/الزبون من جهة وتسويق ادائها بصورة علامتها من جهة أخرى؟

أهداف المؤتمر

تجلى أهداف المؤتمر الدولي حول "اتصال المرافق العمومية والتسويق الرقمي للخدمة العمومية: الفرص والتحديات" في:

- التعريف بالتوجه المعاصر لمفهوم المرفق العام الإداري وتشريعاته وعلاقته مع المواطن-الزبون؛
- تحديد العوامل المساعدة على التحول الرقمي في المرفق الإداري العام؛
- تحديد أهم الفرص والتحديات المرتبطة برقمنة المرافق الإدارية العمومية؛
- تسليط الضوء على المنظور الحديث لاتصال المرفق العام الإداري والأسس التي يقوم عليها والأدوات المستخدمة؛
- التعريف بالتسويق الرقمي للخدمات العمومية وأهم مميزاته
- تسليط الضوء على نماذج مختلفة من أنواع المرافق العامة الإدارية (المرفق الإداري في القطاع الثقافي، قطاع الصحة والقطاع الأمني) من حيث: خصوصية كل نوع، طبيعة

محاور المؤتمر

- 1/ المرفق العام الإداري حسب التوجه المعاصر:
 - علاقة المرفق العام مع المستخدم (المواطن/ الزبون)
 - اتصال العلاقة مع الزبون: الجذب والإقناع
 - تنوع الخدمة العمومية: المنشآت الصحية، الثقافية، الدفاع والأمن، الرياضية، الترفيهية، النقل... الخ
 - التشريع القانوني للمرفق العام الإداري
- 2/ المرافق الثقافية والتسويق الرقمي لخدماتها:
 - المرافق العامة الثقافية وخصوصيتها
 - مميزات الاتصال مع المستهدفين الزبائن والشركاء الممولين
 - استراتيجية التسويق الرقمي للخدمات الثقافية
- 3/ الاتصال الرقمي لقطاع الصحة العمومية:
 - اتصال القطاع الاستشفائي العمومي وتحدياته
 - الرقمنة في خدمة الصحة والاتصال الاستشفائي
 - حملات التوعية الصحية وتطبيقات الاتصال الرقمي
- 4/ رقمنة الخدمة العمومية للقطاع الأمني:
 - خصوصيات الاتصال الأمني وأهدافه (الشرطة، السدرك الوطني...)
 - التسويق الرقمي للخدمات الأمنية وإدارة العلاقة الالكترونية مع المواطن
 - الدعائم الرقمية وصناعة السمعة الإلكترونية للمؤسسة الأمنية